

Effektiva och engagerande  
statusuppdateringar

# Engagera

”Skriv statusuppdateringar som är informativa, aktuella och relevanta för målgruppen”.

På Facebook väljer användarna själva vad de vill läsa.  
Därför måste du skriva statusuppdateringar som målgruppen vill läsa.

# Engagera

”Skriv statusuppdateringar om kommande evenemang och andra aktuella händelser som kan tänkas intressera målgruppen”.

Målgruppen följer främst företag för att få nyheter och hålla sig uppdaterade. Ge dem därför sådan information som de förväntar sig få av ditt företag.

# Engagera

”Engagera användarna genom att låta dem vara med och forma innehållet på företagets Facebook-sida”.

Ställ frågor i statusuppdateringen, besvara de frågor som ställs och för en dialog. På så vis får du koll på målgruppens verkliga behov och intressen.

# Engagera

”Engagera användarna genom att låta dem vara med och forma innehållet på företagets Facebook-sida”.



## Mediakurser

Vad tyckte du var roligast på webbdagarna förra månaden?

[Gilla](#) · [Kommentera](#) · [Dela](#)

# Engagera

”Det är viktigare att ha ett genomtänkt innehåll än att göra statusuppdateringar dagligen”.

Målgruppen är väldigt aktiv på Facebook. Gör statusuppdateringar ofta, men bara när du har ett bra och engagerande innehåll. Målgruppen tycker inte om oseriösa uppdateringar eller om att bli överrösta med information.

# Engagera

”Skriv statusuppdateringar som ger läsaren ett mervärde”.

Se till att läsaren får ut ett mervärde. Det kan bestå i en känsla av tillhörighet, ett specialerbjudande eller ett gott samvete.

# Engagera

”Skriv statusuppdateringar som ger läsaren ett mervärde”.



## Mediakurser

Gå in på vår webbplats, registrera dig på vårt nyhetsbrev så får du 50% rabatt på nästa kurs.

[Gilla](#) · [Kommentera](#) · [Dela](#)

# Tydlighet

”Skriv enkelt och tydligt”.

Läsaren ska snabbt kunna förstå meddelandets innebörd.

Det är också viktigt att skriva enkelt eftersom målgruppen har en varierande läsvana.

# Tydlighet

”Skriv med ett informellt språk”.

Ett mer ledigt språk tilltalar målgruppen. Se upp med att bli allt för ledig! Om läsaren uppfattar statusuppdateringen som oseriös påverkar det företagets trovärdighet.

# Tydlighet

”Skriv koncisa och förståeliga statusuppdateringar”

Läsaren vill snabbt skaffa sig en uppfattning om statusuppdateringen. Skriv kort och tydligt, så fångar du både ointresserade läsare och dem som har bråttom.

# Tydlighet

”Uppmana folk att tagga sig på Facebook när de besöker ditt företags evenemang”.

Målgruppen påverkas av vad vännerna delar med sig av. Om dina besökare checkar in på era tillställningar sprids nyheterna om de saker ni har att erbjuda till besökarnas vänner.

# Anpassa

”Klipp-och-klistra inte!”

Publicera bara sådana texter på Facebook som du skrivit och anpassat för Facebook.

# Anpassa

Skriv statusuppdateringar som omfattar cirka 50-250 tecken, beroende på målgruppens förkunskaper

Statusuppdateringen får vara längre än 250 tecken om ämnet är obekant för målgruppen. Bör dock inte överstiga 400 tecken eftersom målgruppen kan förlora intresset. Se till att huvudbudskapet kommer i början på texten.

# Anpassa

Utgå inte ifrån att alla har Facebook. Den information du publicerar på Facebook ska också finnas på ditt företags hemsida. Använd Facebook som en kommunikationskanal, och hemsidan som ett skafferi där du förvarar all information.

# Anpassa

Publicera bilder och dela länkar om det bidrar till meddelandets tydlighet.

Använd bara bilder och länkar med en tydlig koppling till ämnet. Förklara i texten vilken sida länken leder och vad användaren kan göra där.